

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	3
1.3. Perumusan Masalah dan Pernyataan Penelitian	11
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Kegunaan Penelitian	13
1.6. Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	15
2.1. Tinjauan Pustaka	15
2.1.1. Definisi Pemasaran	15
2.1.2. Pemasaran	15
2.1.3. Definisi Pemasaran Jasa	16
2.1.4. Marketing Mix atau Bauran Pemasaran	17
2.1.5. Strategi Pemasaran	18
2.1.6. Pengertian Analisis SWOT	19
2.1.7. STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	20
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Pemikiran	24
2.4. Ruang Lingkup Penelitian	27

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Penelitian Kualitatif	28
3.2. Operasional Variabel	28
3.3. Tahapan Penelitian	31
3.4. Metode Pengumpulan Data	32
3.5. Uji Validitas	33
3.6. Teknik Penentuan dan Pemilihan Informan	35
3.7. Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Mekanisme <i>Online Payment</i> menggunakan Finpay	39
4.2. <i>Segmenting</i> Pemasaran <i>Finpay</i> dalam Persaingan Industri	
<i>Online Payment</i>	42
4.2.1 <i>Segmenting</i> Pasar B2B (<i>Merchant</i> dan <i>Biller</i>)	47
4.2.2 <i>Segmenting</i> Pasar B2C (Pelanggan)	50
4.3. <i>Targeting</i> Pasar <i>Finpay</i> dalam Persaingan Industri <i>Online</i>	
<i>Payment</i>	54
4.4. Positioning Pasar <i>Finpay</i> dalam Industri <i>Online Payment</i> ..	57
4.5. Analisis Persoalan dan Potensi dalam Penerapan Transaksi	
Pembayaran <i>Online</i> melalui <i>Finpay</i>	63
4.5.1. Rumusan Strategi Umum dan Khusus	
menggunakan Analisis SWOT	66
4.6. Strategi Pemasaran <i>Finpay</i> di Industri <i>Online Payment</i>	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN